

张骏腾·李育哲·编著

传销宝典

建立成功事业的秘诀

您渴望成功吗？
您希冀拥有自己的事业吗？
透过本书的引导，
让您成为真正的传销高手，
掌握开创事业的契机。



传销宝典

建立成功事业的秘诀

张骏腾·李育哲 编著

(川)新登字 014 号

传 销 宝 典

张骏腾 李育哲 编著

四川大学出版社出版发行

(成都市望江路29号)

成都七二三四厂印刷

850×1168mm 32开本 7.5印张 111千字

1996年9月第1版 1996年9月第1次印刷

印数:1 20000册

ISBN7 5614-1136 1/F·170 定价15元

序 言

曾几何时？另一种类型的销售方式已悄悄来到你我身旁，它犹如雨后春笋般在台湾崛起，可说是台湾的“明星事业”。对一般大众而言，它似乎是一种神秘且难测的行业，能够将产品的行销通路另外开辟一处战场，使行销通路更显得复杂且多样化，它称为“多层次传销”。

当然有人会问：“什么是多层次传销？”，它到底具有何种魅力，能让许多人趋之若鹜。在此，我们将带领读者进入“多层次传销世界奥秘之旅”，对传销的制度、理念及市场开发的潜能作扼要的探讨，再配合个案企划实务的模拟，可作为有志从事或了解传销事业的读者，提供一份有效的参考与指引，期能对传销有更深一层的体认。故本书除列出有关传销的基本知识外，更注重“传销缺席架构”的企划模拟，希望藉着企划模拟过程的种种演练，激发潜能及创意，以提高新时代行销人员行销企划的能力。

为因应经济、社会不断的成长与变迁，以及消费者消费形态的改变，传统的销售方式已经无法满足厂商与消费者的需求，于是取而代之的即为传销方式。多层次传销可说是传统直销的一种演进及革新，它也是一种适应现代环境下创新直销的观念与做法，它的兴起，的确为传统的行销通路带来无比的震撼。

它运用了“产品使用者”、“产品零售者”、“产品销售管理者”三者一体的理念，以组织“复制”的衍生过程，配合多层次架构的差额

利益分配掌握人性激励的重点,为社会带来莫大的贡献。

在行政院公平交易委员会的督导下,已步上轨道,使传销成为一种正当、合理及合法的行销方式,相信不久的将来,传销事业会有更清新、更开明的形象,使传销的发展更加健全及茁壮,成为现代产品行销通路的重要一环。

不过仍有许多不肖业者为贪图己利,挂羊头卖狗肉,以“多层次传销”之名,行“老鼠会”之实,使正派经营的多层次传销业者蒙上不白之冤,读者要能分辨出其间的差异,这是非常重要的。在暴利引诱下,我们依然确信老鼠会随时可能改头换面卷土重来,唯有靠大家提高警觉,才能使“鼠辈”无所遁形。

“用心耕耘必能生根结果”,传销工作是一种“人的事业”,它能引领我们迈向成功的坦途,让我们的一生有诉说不尽的丰硕与甜美,而学习就是创新的能力。最重要的当我们尝试做一些真正想做的事,我们才会开始学习东西,因此如何“心想事成”,就要亲身体验,才能创造出更多的价值。希望本书抛砖引玉的心境及平实、简单的风格,能让您我永保生活的品味及专业的素养。本书虽力求完美、简洁,但学问无涯,加上付梓在即,实无法有更完美的呈现,或许疏漏难免,尚祈各方先进长辈不吝指正与赐教。

突破,是我们所追求的目标;

创新,是我们不息的动力;

执着,是我们所坚持的——永远呈现给您最好的。

张骏腾、李育哲 谨识
一九九五年八月于台北

目 录

序言	1
----------	---

第一章 理论篇

多层次传销的兴起	3
多层次传销的意义	7
多层次传销的经营形态	17
多层次传销与传统销售方式比较	18
正当与不正当多层次传销的区别	20
多层次传销的基本要素与具备条件	26
多层次传销事业的本质	29
多层次传销的制度设计	33
多层次传销的工作流程	35
新时代传销	51
自我评量	53

第二章 实务篇

模拟个案一：三骏科技公司	59
三骏事业公司简介	60
1. 公司背景	

2. 经营目标	
3. 公司组织图	
4. 三骏之路——年轻闪耀的事业的巨星	
5. 领航者的话——欢迎加入“三骏”事业	
6. 三骏事业经营使命及理念	
三骏事业产品特色	63
三骏事业的特点	74
三骏事业奖金制度及分红办法	78
问题讨论	81
模拟个案二：阳生健康食品公司	84
阳生公司营运规章及交易须知	85
阳生公司的经营理念	90
经销商事业发展	93
经销商作业规范	98
1. 加入申请作业	
2. 订货作业	
3. 收货作业	
4. 退货处理作业	
5. 缺货处理	
6. 奖金支付作业	
7. 组织业绩转移作业	
8. 经销商异动作业	
附件(1)经销商订货单	
附件(2)客户不满意退货单	

阳生公司 SWOT 分析	119
行销策略 4PS	120
问题讨论	122
模拟个案三:京健实业公司	125
京健公司简介及 SWOT 分析	126
1. 沿革	
2. 企业背景	
3. 企业介绍	
4. 京健企业组织图	
京健事业创立对全生涯之意义	134
1. 健康检查的意义	
2. 京健生活卡的特色	
3. 京健生活卡类别	
4. 京健健康人生事业 A、B 卡入会流程	
5. 京健健诊和各大医院健诊比较	
健康检查流程图	146
1. 完善 28 大项 80 种健检项目	
中心诊所医院健康检查	152
产品订货	155
1. 预期公司利润	
2. 偿债还款计划	
京健制度	157
1. 京健传销名词解释	
2. 奖金制度说明	

问题讨论	174
模拟个案四:北海福座专案	177
【北海福座】宝塔专案	178
1. 关于飞天计划	
2. 国宝集团存在的社会价值	
公司设立之社会意义	182
1. 配合墓政改革	
2. 环保	
3. 节葬继而提升殡葬文化	
4. 置产	
5. 市场需求	
国宝集团全生涯商品影响概述	186
国宝集团全生涯关系企业机构简介	187
国宝集团 CIS 企业识别系统	188
投资管道分析	192
投资时机	193
SWOT 分析及行销策略	196
纳骨金宝塔介绍	201
行销制度	204
问题讨论	210

第一章 理论篇

多层次传销的兴起

近年来,台湾经济的快速成长、社会结构的变迁、国民所得急剧增加,连带造成消费者形态的改变。另一方面,企业为了适应外在环境的变化,也在销售策略及行销技巧上作一调整,传统的销售方式已无法满足厂商与消费者的需求,取而代之的是直销的逐渐兴起。

- (1)根据前美国直销协会主席 Mr. Robert H. King 的报告,全世界已有三十四个国家加入“世界直销联盟”,“台湾直销协会”亦为该联盟的会员之一。目前日本为全球最大的直销会员国,其次为美国,台湾排名第八,台湾直销协会在民国七十九年所作的统计显示,采用直销方式的营业额高达二百六十亿元。

除此之外,美国直销协会(America Direct Marketing Association)在一九八三年的统计资料显示一九八〇年到一九八三年间,直销业成长率一直近 20%,而传统零售业的成长率则始终维持在 10% 左右。可见直销在未来非常具有发展的潜力,势必成为台湾未来销售的主流。

- (2)在众多直销方式中,最令人瞩目的当属“多层次传销”。美国直销业约有 93% 以上的公司采用多层次传销的营

运方式。

多层次传销可说是适应现代行销环境下，一种创新的直销观念，它融和了消费者、零售商与经营者身份，由消费者扮演中间商角色，并且自行招募训练人员以发展组织。由于以下因素，所以吸引许多人加入传销的行列：

① 工作时间相当有自主性，可以安排自己的事业与工作时间。

② 能选择全职或兼职的方式从事传销工作。

③ 不须具备庞大资金或商业经验。

④ 具有抗拒经济不景气的能力。

另一方面，诚如 Paul Xanc Pilzer 所言：“厂商的制造成本逐渐下降，而花费在通路上的成本就占了全部零售成本的 85%，因此，厂商降低通路成本最佳的机会便是多层次传销。”

多层次传销兴起的原因

随着整个社会形态的改变，是引领传销风潮激荡台湾行销市场的主因。“社会形态如何转变呢？”，许多行销管理者一定察觉到：铺货的通路随各种产品增多而减少；成本和房价也一齐水涨船高；妇女消费者的比例愈来愈大，讲求品

味、风尚、个性化的论调，随物品的陈列而明显区隔开来；电传视讯的发达使讯息传播更“新、速、实、简”等，逢此有利的环境，传销焉有不生根苗壮的道理，所以，我们可知道传销事业兴起的最主要原因，乃在于整个行销环境的改变，包括：

(1)教育水准的提高

由于教育水准的提高，加上消费者消费意识的普遍觉醒，因此在消费过程中，对商品或服务的要求提高，除了合理的价格外，更注意到商品的资讯，如制造日期、成分、重量及安全性的考虑。厂商为应付市场的竞争，不得不采行传销的方式，以降低费用。

(2)社会的需要受到重视

提高人性化的社会需求日益迫切，人们都盼望得到尊重及关怀，传销这种到府服务更能满足消费者期望受重视的感觉。

(3)生活形态的改变

职业妇女增加，家庭可支配所得愈来愈多，加上平日人们更重视休闲活动，外出购物的时间相对减少，所以到家服务的需求因应而生。

(4)零售店铺的难求

由于人口众多、土地高涨，使店铺的取得不易，且租金昂贵，再加上人工费用不断提高，在成本压力下，使厂商不

得不走上无店铺零售的传销通路上。

(5) 年龄结构的老化

台湾的趋向在年龄的结构上有老化的现象,老年人的比例也不断上升,尤其老年人更需要受到尊重与关怀,而到家服务的传销能适时提供老年人的需求与服务。

(6) 较不受不景气的影响

采取传销方式经营的公司,无须承担存货、呆帐的风险,也可省下一大笔人员固定的薪水及保险费用,故相对于非传销事业而言,传销公司较不会受到景气低迷的影响。

(7) 经济与社会的因素

台湾土地面积狭小,但人口密度却高居世界第一。过去几十年来,政治安定,经济稳定成长,平均每年经济增长率为7.2%,目前国民所得超过一万美元,消费能力很强,带动各行业蓬勃发展。

(8) 小企业家的创业精神

台湾以小企业起家,具有浓厚“自行创业”的观念,传销事业因为能够提供每个人创业的机会,因此可以在台湾大行其道。

(9) 政府对外商的鼓励

传销在台湾发展,外商有很大贡献。由于台湾一向欢迎外国企业来台投资,在银行融资、外汇流通、公司设立上都给予便利,使传销在外商的带动下,发展得很快。

(10) 公平交易法的实施

自公平交易法实施之后,由于肯定了传销这个行业的正当性,对于消费者与正派经营者都能得到保障,传销业在台湾从此进入一个新的时代,成为产品行销通路重要的一环。

多层次传销的意义

通过人员到顾客家里或举办家庭聚会以销售商品的方式,我们称为“直销”(Direct Marketing),而运用此种方式销售商品的公司或行业,称为“直销业”,而从事直销工作的人员,我们称为“直销商”。

(1) 直销通路与传统行销通路比较

直销通路与传统的行销通路不大相同,传统的行销通路要经过商店零售,必须依赖公司广告促销吸引顾客上门,比较消极被动;而直销商必须完全靠自己的努力才会有收入,公司通常不做促销广告,它是一种较主动积极的行销通路。

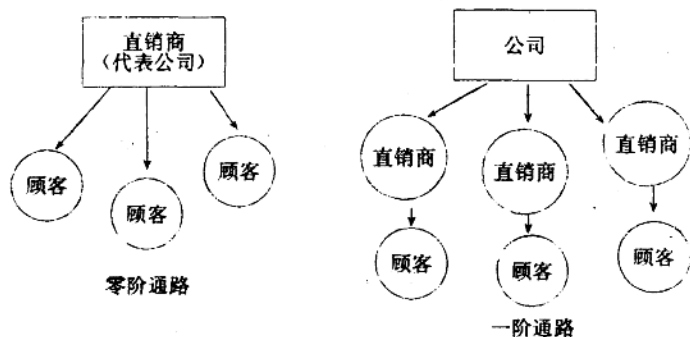
(2) 直销公司的分类

直销公司可分为两种形态,一种是“单层次直销公司”,另一种则称为“多层次直销公司”,后者又称为“多层次传销公司”,也是本书专论的重点所在。

①单层次直销(Uni-Level Marketing)

系由公司和直销商所组成,每位直销商大多有固定的业务区域,并由各区域的经理转导训练。有些公司直接聘用直销人员销售公司产品,也有采用抽取佣金的方式,但直销商与公司并无聘用关系,也有以上两者兼采的方式。单层次直销的通路通常只有零阶与一阶,所谓的零阶,乃直销商本身代表公司,领取公司薪水,且不必先向公司订货后才取得商品,再销售给顾客,而一阶则是公司要透过直销商,公司并不代表直销商,再将商品销售给顾客(如图1所示)。

图1 单层次直销示意图



②多层次直销(Multi-Level Marketing)——又称为“多层次传销”

每一位直销商除可销售货品赚取利润外,还可以招募、训练一些新的直销商来销售产品,并获得某些利润,而新进